

# 日本の「食文化」をめぐる情勢について

令和7年12月



農林水産省

大臣官房 新事業・食品産業部  
外食・食文化課 食文化室

## 目 次

1. 日本食と和食文化	2
2. 和食文化の保護・継承	6
3. 地域の食や食文化による海外需要の取り込み	22
4. 新たな動きと今後の展開	32

# 1. 日本食と和食文化

# 1 – (1) 日本食と和食文化

● 豊かな自然に恵まれた我が国では、食に関する多様な風俗慣習や技術（食文化）が形成・継承されている。

● 和食文化には明確な定義はなく、有識者から広く一般の方まで、それぞれの方が自らの経験の中で、和食文化について個々に解釈しているのが実情。

## 和食の基本形とされる「飯・汁・菜・漬物」の組み合わせ



## 出汁や発酵調味料などの旨味を求める技術



## 全国各地の農山漁村で受け継がれてきた「郷土料理」



山梨県「ほうとう」



京都府「丹後ばらずし」

## 全国各地の農山漁村で受け継がれてきた「行事食」



宮城県「仙台雑煮」



福井県「ほんこさん」

# 1 – (2) ユネスコ無形文化遺産に登録された和食文化

- 平成25（2013）年12月4日に、ユネスコ無形文化遺産として「和食；日本人の伝統的な食文化」が登録。
- 和食文化を未来に向けて守り伝えていくため、継続的なPRによる関心の維持や地域における保護・継承が重要。

「和食」とは？ ➡ 「自然を尊重する」というこころに基づいた、日本人の食慣習

「和食」の特徴①：

多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土。各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。



「和食」の特徴②：

健康的な食生活を支える栄養バランス

一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だしの「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。



「和食」の特徴③：

自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあった調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。



(c) Masashi Kuma, 2006

「和食」の特徴④：

正月などの年中行事との密接な関わり

日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間と共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



# (参考) ユネスコ無形文化遺産とは

- 「無形文化遺産」とは、芸能や伝統工芸技術などの形のない文化であって、土地の歴史や生活風習などと密接に関わっているもののこと。
- ユネスコの「無形文化遺産保護条約」では、この無形文化遺産を保護し、相互に尊重する機運を高めるため、登録制度を実施。
- 2010年の「フランスの美食術」などの食に関する無形文化遺産が登録されて以来、和食文化を含め食に関する無形文化が増加。

## 無形文化遺産の例



伝統工芸技術  
(結城紬)

芸能 (能楽)

社会的慣習・行事  
(山・鉾・屋台行事)

## 食に関する無形文化遺産



フランスの美食術  
(フランス)  
(2010年)



メキシコの伝統料理  
(メキシコ)  
(2010年)



地中海料理  
(スペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコ)  
(2010年)



和食  
(日本)  
(2013年)



トムヤムケン  
(タイ)  
(2024年)



伝統的酒造り  
(日本)  
(2024年)

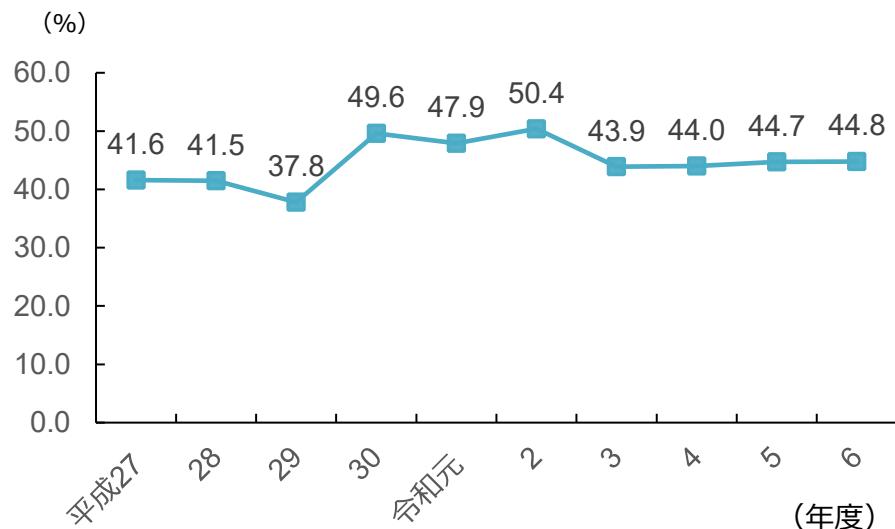
## 2. 和食文化の保護・継承

## 2 – (1) 和食文化の継承の状況



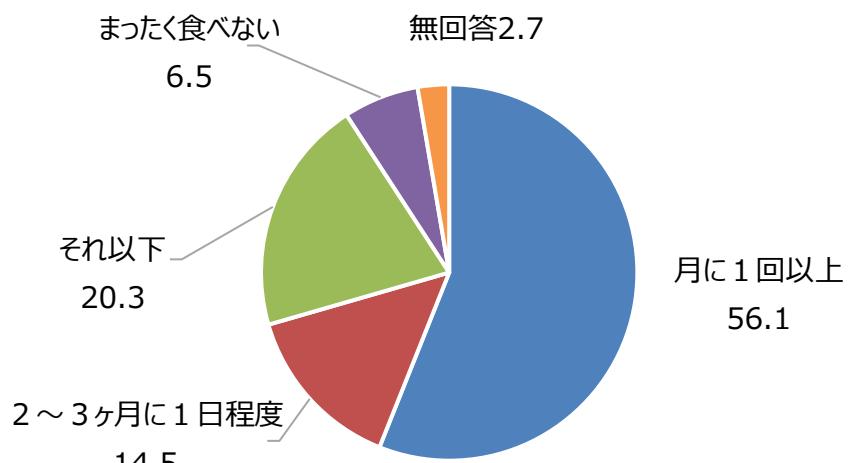
- 地域や家庭で受け継がれてきた料理や食べ方・作法等の和食文化を受け継ぎ、次世代へ伝えている国民の割合は、令和6（2024）年度は44.8%となっている。
- 郷土料理や伝統料理を「月1回以上」食べている国民の割合は、令和6（2024）年度が56.1%と約半数となっている。

地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承している国民の割合



農林水産省「食育に関する意識調査」

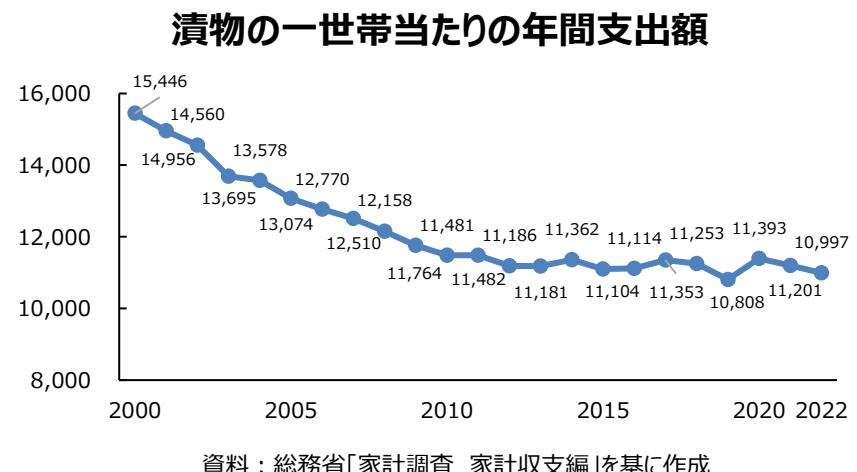
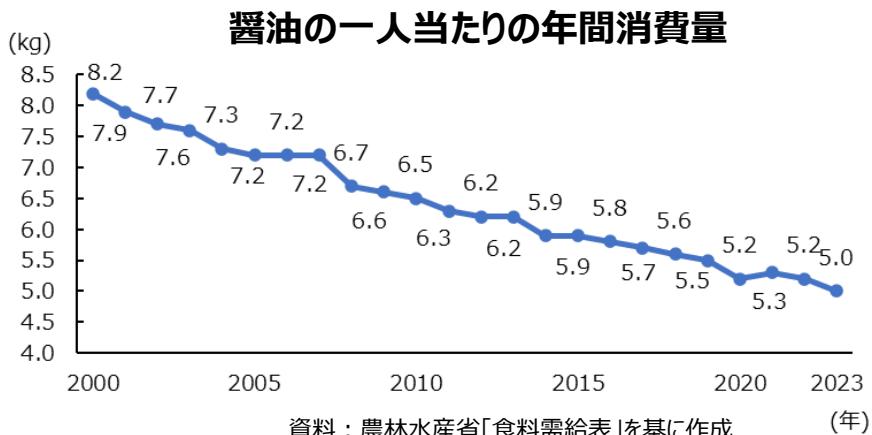
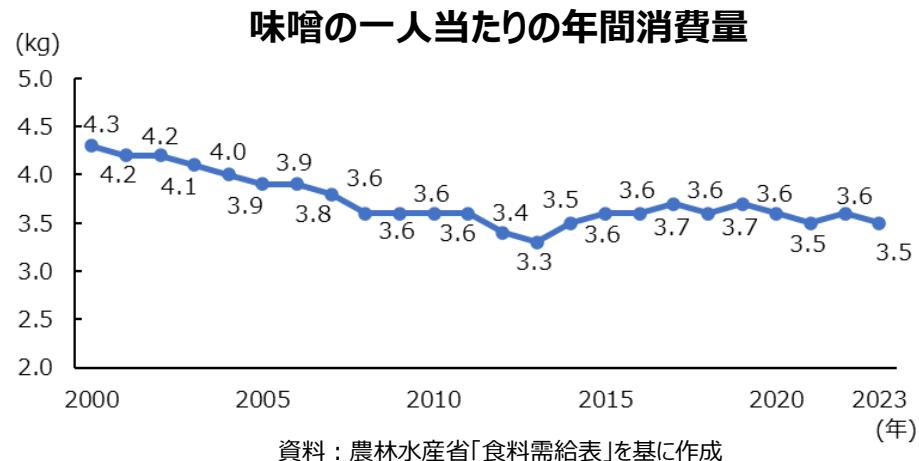
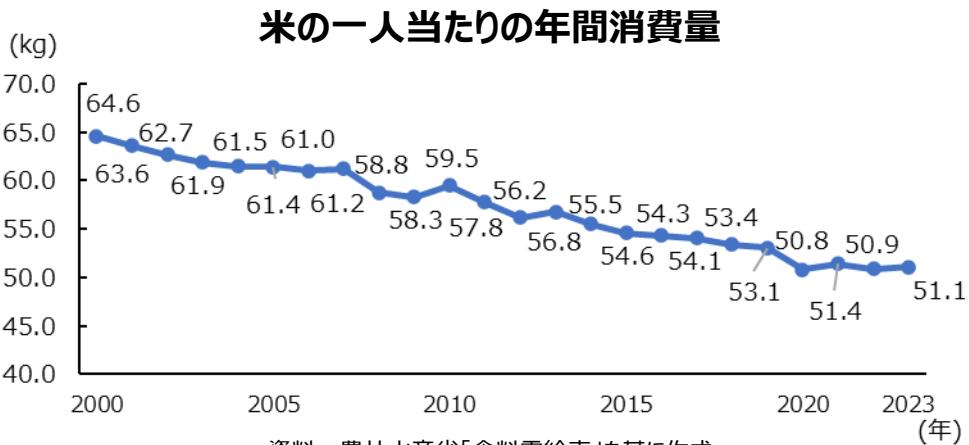
郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合



令和6年度 農林水産省「食育に関する意識調査」

## 2 – (2) 和食の消費動向

- 米の一人当たりの年間消費量は、平成12（2000）年に64.6kgであったが、それ以降はおむね低下傾向で推移。また、味噌、醤油の一人当たりの年間消費量もおむね低下傾向で推移。
- 漬物の一世帯当たりの年間支出額は、平成12（2000）年に15,446円であったが、それ以降は概ね低下傾向で推移。



# (参考) 食育を通じた食文化の保護・継承

- 今後とも地域の食文化を保護・継承していくためには、食育活動を通じて食文化に対する国民理解の醸成を図っていくことが重要な課題。
- 農林水産省では、食育活動を通じて、郷土料理、伝統料理、食事の作法など、伝統ある優れた食文化を次世代へ継承するための取組を推進。

## サスティナ鶴岡（山形県鶴岡市）

- 手の込んだ郷土料理や行事食などを家庭で食べる機会が減少し、孤食が増加したことから、郷土食の継承が危機に陥っている課題を解決するため、食材生産のプロである農家や漁師と食材活用のプロである料理人がタッグを組んで「サスティナ鶴岡」を設立。
- 生産から調理まで一貫したハイレベルで多様な食育活動を実施。体験を通して「いただきます」、「ごちそうさま」の心を育てながら活動。



「いただきます」命の授業

## キッズ☆サポーター（福井県小浜市）

- キッズ☆サポーターは、「料理を学ぶのではなく、料理で学ぶ」を掲げ、「だれ一人取り残さない」という義務食育体制のもとで、年長児が参加する「キッズ・キッチン」、小浜市内の全小学6年生を対象とした「ジュニア・キッチン」に取り組んでいる。
- 「ジュニア・キッチン」では郷土料理の作り方や味を学ぶ活動、朝廷に若狭の海の幸や塩を献上する御食国（みけつくに）であったこと等の歴史についても触れ、郷土に誇りを持つことを目指した食育活動を行っている。



お豆腐上手に切れるかな…？





## VI 国民理解の醸成

食料の持続的な供給を確保するためには、消費者、国民が、生産などの実態を理解し、日々の購買行動によって、支えることが重要である。

食育の推進、食文化の保護・継承等を通じて、食料・農業・農村に関する国民の理解を深めるだけでなく、食料の持続的な供給に寄与する「行動変容」につなげるよう、様々な施策間の連携を図りながら、効果的な消費者施策を推進する。

## 2 食文化の保護・継承

### （1）和食に接する機会の確保

和食は、「自然の尊重」の精神に立ち、長い歳月をかけて日本人が育てあげてきたものであり、また、栄養バランスに優れ、日本人の長寿の支えにもなっている。一方、我が国における共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化や食の外部化などライフスタイルの変化があり、家庭における和食の継承が一層難しくなっている。

このため、現在取組を行っている子育て世代に加え、若者やシニア世代などにも力点を置きながら、国民的運動として和食を食べる機会を増やす活動を展開する。

また、観光、文化振興などを担当する関係府省庁や各地域と連携を強化し、消費者の生活実態や価値観なども踏まえながら、食文化の国民理解の醸成を図る。

### （2）和食文化の保護・継承

2023年度の「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合」は、44.7%と横ばいとなっている。また、「生まれ育った地域の郷土料理を知っている」のは52.5%と、次世代に確実に継承されているとは言い難い状況である。

このため、和食文化の継承活動を行う人材の裾野を広げ、栄養教諭等に加え食品事業者等の更なる参画を促しながら人材の育成を行う必要があることから、和食文化を伝える中核的な人材である「和食文化継承リーダー」の育成を図り、様々な場面でその積極的な活用を図る。また、優れた食文化を次世代に継承していくためには、地域の伝統的な食の成り立ちや背景等がわかりやすく整理されていることが効果的であることから、各地域と連携して進めている伝統的な食のデータベースの充実を図る。

### （3）海外需要の取り込み

和食が2013年にユネスコ無形文化遺産に登録されたことを契機として、海外において日本の食に対する関心が高まり、海外における日本食レストランの増加、我が国の農林水産物・食品の輸出の拡大、また、訪日外国人旅行者数の増加につながっている。地域の食や食文化等の魅力により地方へのインバウンド誘致を図るSAVOR JAPAN認定地域では、2016年度の制度制定以降、インバウンドの宿泊者延べ数の大幅な増加が見られる。

日本の食は海外でも高い評価を受け、訪日外国人旅行者の訪日目的の中心となっているものの、インバウンドの地方誘客に関しては、ブランディングやプロモーションの面で課題がある。また、周遊範囲が限られたこと等により食関連消費につながりづらいといった課題もある。

このため、「2025年日本国際博覧会」（大阪・関西万博）や「2027年国際園芸博覧会」（GREEN×EXPO 2027）といった国際的なイベントでの食文化の国内外への発信を契機として、我が国の地域の食文化の魅力を認知してもらい、これを地域振興やインバウンド・輸出の拡大につなげる好循環を図る。

また、SAVOR JAPAN認定地域の取組について、地域間連携による付加価値の高い周遊ルートの構築を図るほか、輸出促進施策に加え、農泊などの農村振興施策との連携を深める。

## 2 – (4) 和食文化の保護・継承に係る国の責務

- 平成17（2005）年に制定された「食育基本法」において、国は、食文化の継承を推進するため、必要な施策を講ずることとされている。
- 平成25（2013）年12月4日、ユネスコ無形文化遺産に「和食；日本人の伝統的な食文化」の登録が決定。「無形文化遺産の保護に関する条約」に基づいて、国は、無形文化遺産として登録された和食文化の保護を確保するための必要な措置をとることとされている。
- 平成29（2017）年6月に「文化芸術基本法」において、「食文化」が生活文化として位置付けられ、同法に基づいて、国はその振興を図るとともに、食文化に関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている。

### 食育基本法（平成17年法律第63号）

- 「食育基本法」において、国は、伝統的な行事や作法と結びついた食文化、地域の特色ある食文化等我が国の伝統のある優れた食文化の継承を推進するため、これらに関する啓発及び知識の普及その他の必要な施策を講ずることとされている（第24条）。

### 無形文化遺産の保護に関する条約（平成18年条約第3号）

- 「無形文化遺産の保護に関する条約」においては、条約の締約国は、自国の領域内に存在する無形文化遺産の保護を確保するために必要な措置をとることが義務づけられており（第11条（a））、また、一般公衆、特に若年層を対象とした教育、意識の向上及び広報等の手段を通じて、社会における無形文化遺産の認識、尊重及び拡充を確保することを努めることとされている（第14条（a）（i））。

### 文化芸術基本法（平成13年法律148号 改正：平成29年6月23日）

- 「文化芸術基本法」においては、生活文化の例示の一つとして、茶道、華道、書道とともに「食文化」が位置付けられており、国は、その振興を図るとともに、これらに関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている（第12条）。



# (参考) 食育基本法に基づく第4次食育推進基本計画の概要

- 令和3（2021）年度から概ね5年間を計画期間とする「第4次食育推進基本計画」を食育推進会議にて決定（令和3年3月）。  
本計画では、重点事項「持続可能な食を支える食育の推進」の中に、「食育活動を通じて、郷土料理、伝統料理、食事の作法等、伝統的な地域の多様な和食文化を次世代へ継承するための食育を推進する」ことを記載。
- また、「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民を増やす」ことを目標の一つとして、第3次計画から引き続き「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合」に加え、新たに「郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合」を目標値に追加。

## 第4次食育推進基本計画（抜粋）

### 第1 食育の推進に関する施策についての基本的な方針

#### 1. 重点事項

- (1) 生涯を通じた心身の健康を支える食育の推進
- (2) 持続可能な食を支える食育の推進

国民が健全な食生活を送るためには、その基盤として持続可能な環境が不可欠であり、食育関係者を含む国民が一体となって、食を支える環境の持続に資する食育を推進する。

- ・食と環境の調和：環境の環（わ）
- ・農林水産業や農山漁村を支える多様な主体とのつながりの深化：人の輪（わ）
- ・日本の伝統的な和食文化の保護・継承：和食文化の和（わ）

を通じて、持続可能な食に必要な、環境の環（わ）、人の輪（わ）、和食文化の和（わ）の3つの「わ」を支える食育を推進する。

- (3) 「新たな日常」やデジタル化に対応した食育の推進

## 和食文化の保護・継承に係る目標値

食文化を着実に次世代へ継承していくため、様々な場面で食べる機会を増やすための目標値を追加

- 郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合 目標値50%以上（令和7年度）現状値56.1%（令和6年度）

第3次食育推進基本計画から目標値を引き上げ

- 地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合

目標値55%以上（令和7年度）現状値44.8%（令和6年度）



## 2 – (5) 「和食文化継承リーダー研修」の概要

- 令和元（2019）年度から各都道府県に和食文化を伝える中核的な人材「和食文化継承リーダー」を育成するための研修を実施。研修では、専用テキスト等を使用し、全課程を修了した受講生に認定証を発行。
- 令和元（2019）年度から令和6（2024）年度までに累計1,536名が認定。

### ■ 人材育成事業の概要

この研修は、子どもたちや子育て世代に対して、**和食文化を伝える中核的な人材を各都道府県に育成するために実施。**

教育現場で和食文化を伝える際に参考となる専用テキスト等を使い、研修会等を実施し、すべての課程を終えた方に対して、「和食文化継承リーダー」として様々な活躍の場で、和食文化の継承に力を発揮していただける環境を形成。

### ■ 和食文化継承リーダーになるには？

以下の全ての課程を修了した受講生に対して、認定証を発行。

Step 1  
基礎研修



専用テキストをベースとした講座を受講後、  
理解度チェックテストを受ける。

※和食文化継承の必要性や和食文化の基本的な知識について学習。

オンラインのグループワーク研修を受講する。

※実際に保育所や小学校などで和食文化を伝えるための実践的な方法について学習する。

Step 2  
実践研修

Step 3  
実地研修

研修内容を踏まえてご自身の職場にて実践を行い、その内容をレポート提出。

※これまで学んだことを活かし、その内容を実践し、レポートで報告する。

認定証発行

全課程を修了後に発行。

### ■ 令和6年度の研修状況

実施期間

2024年11月27日（水）～2025年2月25日（火）

#### 対象エリア

全都道府県

#### 対象者

幼稚園・保育所等の教諭・保育士・栄養士や  
小学校の教諭・栄養教諭・学校栄養職員、  
地域や各種メディアで和食文化継承活動を行っている方など。

●こんな方におすすめです。

- 食育の授業で何をしたらいいか分からず。
- 地元の郷土料理を伝えたい。
- 和食文化を通じて子どもたちの人間性を育てたい。



# (参考)「和食文化継承リーダー」の現状と目標

- 「和食を伝える手法が学べた / 色々な職場の人と意見交換ができた / 研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい」など研修が気付きの場となり、受講生の満足度が高い。
- 令和6（2024）年度では、研修とともに活躍の場を創出するための環境作りなどを実施。
- 和食文化継承リーダーの育成（2,600人〔令和12（2030）年度まで〕）

## 認定者数

「おいしい和食のはなし」のWebサイト上で、認定者リストを掲示。  
※ただし、Web上で掲示されている認定者は、公開可能登録者のみ

(年度別)

R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	計
212名	120名 (332名)	278名 (610名)	300名 (910名)	392名 (1,302名)	234名 (1,536名)	1,536名

(都道府県別)

北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	
92	21	16	30	10	17	14	33	23	14	77	51	248	92	33	9	19	15	14	11	11	26	72	
三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
23	21	28	106	68	17	5	3	5	21	38	21	25	6	7	7	44	6	36	19	13	21	25	23

## 受講者の声



- 和食を伝える手法を学べてよかったです。
- 色々な職場の人と意見交換ができた。
- 研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい。
- 食育手法のバリエーションを増やすことができた
- 同じ課題感をもつ、いい仲間ができた。

## 令和6年度の取組内容

- 和食文化継承リーダー研修（全都道府県）を実施
- 活躍の場を創出するための環境作りを実施

## 和食文化継承リーダーの育成目標

(年度別)

R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度	計
100名	200名	200名	200名	200名	200名	約2,600名

## 2 – (6) 郷土料理・伝統食のデータベース化

- 地域固有の多様な食文化を保護・継承するため、令和元年度から全国47都道府県を対象に、各地域で選定された郷土料理の歴史やレシピ、郷土料理を生んだ地域の背景等をデータベース化し公表。さらに、海外に向けた和食文化の情報発信のため、英語サイト「Our Regional Cuisines」を開設。
- 令和4年度からは、地域固有の多様な食文化の保護・継承、輸出促進のため、伝統食のデータベース化を推進。

### うちの郷土料理



- 都道府県ごとに、地方公共団体、大学等研究機関、民間団体、教育関係者、民間企業等有識者6名程度を構成員とする「地域検討委員会」を設置。
- 地域検討委員会で選定した地域の郷土料理30品目程度の歴史や由来、関連行事、使用食材及び料理方法等を調査し、データベースを作成・普及等を実施。

農林水産省Webサイト

「うちの郷土料理」

[https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k\\_ryouri/index.html](https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/index.html)



「Our Regional Cuisines」

[https://www.maff.go.jp/e/policies/market/k\\_ryouri/index.html](https://www.maff.go.jp/e/policies/market/k_ryouri/index.html)

### にっぽん伝統食図鑑



### 実施状況

R4年度 3県 (60品目)	福井県、奈良県、熊本県
R5年度 11道府県 (220品目)	北海道、山形県、宮城県、茨城県、山梨県、石川県、三重県、京都府、島根県、高知県、鹿児島県
R6年度 1県 (20品目)	富山県

「にっぽん伝統食図鑑」

<https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/traditional-foods/index.html>



# 和食の保護・継承と付加価値創出促進事業

【令和8年度予算概算要求額 35百万円（前年度 6百万円）】

## ＜対策のポイント＞

我が国の伝統的な食文化を次世代に継承していくため、和食文化を次世代に継承する人材の育成を推進するとともに、和食の付加価値創出の促進に向けた伝統的な食のデータベースの拡充を図ります。

## ＜事業目標＞

- ユネスコ無形文化遺産「和食；日本人の伝統的な食文化」の継承
- 和食文化継承リーダーの育成（2,600人〔令和12年度まで〕）

### ＜事業の内容＞

#### 1. 和食文化を次世代に継承する人材の育成 13百万円（前年度 2百万円）

こどもたちや子育て世代に対して、和食文化を伝える中核的な人材である「和食文化継承リーダー」を育成するための研修のほか、和食文化に強みを持つ食品事業者等の知見・ノウハウ等を活用しながら、様々な場面で和食文化継承リーダーの積極的な活用を図るため、スキルアップ研修や講習会の開催、指導者向けテキストの作成等の取組を実施します。

#### 2. 伝統的な食のデータベースの拡充 22百万円（前年度 4百万円）

伝統食のデータベースの拡充に加え、和食の健康有用性など、和食に関する学術的知見・データ等のナレッジを体系的に整理・集約するとともに、和食の付加価値創出の促進を図る観点から、伝統的な食のデータベースの拡充を図ります。

## ＜事業の流れ＞

国

委託

民間団体等

（1、2の事業）

### ＜事業イメージ＞

#### 和食文化を伝える中核的な人材の育成



こどもたちや子育て世代に対して、和食文化を伝える中核的な人材  
「和食文化継承リーダー」

#### リーダーのスキルアップ

和食文化継承リーダーによる優良な取組の横展開を図る講習会やスキルアップ研修の開催、指導者向けテキストの作成等の取組を通じ、リーダーの様々な場面での積極的な活用を図る。

#### 和食の付加価値創出の促進に向けた伝統的な食のデータベースの拡充



農林水産省Webサイト  
「にっぽん伝統食図鑑」

#### データベースの拡充

和食の健康有用性など、和食に関する学術的知見・データ等のナレッジを体系的に整理・集約し、和食の付加価値創出の促進を図る観点から、データベースの拡充を図る。

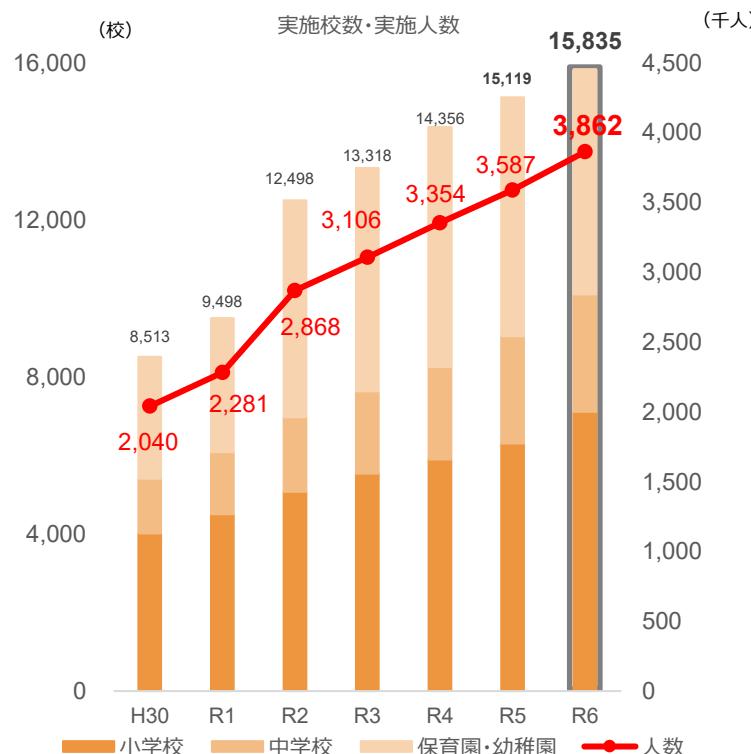
## 2 – (7) 官民協働の取組① ~「だしで味わう和食の日」~

- 平成27（2015）年より、和食会議\*と農林水産省で連携し、11月24日（いいにほんしょく）の「和食の日」のイベントとして「だしで味わう和食の日」出前授業を実施（令和6年度は11月20日に実施、10回目）。
- 令和6（2024）年度の和食給食・和食授業の実施校は全国で15,835校、約386万人。

\*：一般社団法人和食文化国民会議（略称：和食会議）は、「和食；日本人の伝統的な食文化－正月を例として－」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、平成27年2月4日に設立された組織です。

### ■ 「和食の日」イベントの実施校数等の推移

日本が世界に誇る第五の味覚「うま味」を、「だしで味わう和食の日」を通して児童が実感し、和食文化への興味を持つきっかけとしてもらえるよう取り組んでいる。



### ■ 令和6年度「和食の日」イベント

#### （11/20 東京都港区立白金小学校 出前授業）

和食の出前授業では、和食の特徴、だしの素材や作り方等を学ぶ授業を実施するほか、和食の給食メニューについていただきました。



近茶流宗家 柳原尚之氏による出前授業の様子



和食の情報が満載のテキスト



[献立] ご飯、ぐる煮、かつおの南蛮漬け、  
ゆず風味あえのおひたし、ぶどう、牛乳、お茶



柳原氏が、児童と和食給食を喫食

# 「楽し味（たのしみ）プロジェクト」の概要

- 共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化に加え、食の外部化が進むなどライフスタイルの変化により、家庭での和食の継承が一層難しくなっている。
- このため、「おいしく、健康で、誰もが楽しめる和食スタイルの実現」を目指し、令和7年11月1日から、官民協働による新たな和食普及プロジェクト「楽しもう！にほんの味。～和のこころをつなぐ食の国民運動～」を展開
- 「楽し味プロジェクト」は、消費者が「知る→食べる→作る」を楽しみながら体験できる流れを、事業者による価値創造と需要開拓の取組とともに推進。

新たなプロジェクトの名称

**楽しもう！にほんの味。**  
～和のこころをつなぐ食の国民運動～

新たなプロジェクトの略称

**「楽し味（たのしみ）プロジェクト」**

新たなプロジェクトのロゴマーク



**楽しもう！  
にほんの味。**

こちらからwebサイトへ！  
内容をチェック ✓  
メンバー登録お願いします！



(農林水産省リンク)



**楽し味プロジェクト普及ポスター**  
※プロジェクトメンバーはご利用いただけます。

# 楽し味プロジェクトの取組事例



- 「楽し味（たのしみ）プロジェクト」のプロジェクトメンバー数は令和7年12月1日時点で50となっている。
  - [楽し味プロジェクト プロジェクトメンバー一覧](#)（令和7年12月1日時点）
- 農林水産省では、プロジェクトメンバーと協働しながら、全国で和食文化の輪を広げていくため、**和食の魅力を伝える情報発信、和食を食べる機会を広げるイベントや商品開発の促進**、そして**家庭でも無理なく楽しめる調理の簡便化**などを推進。

## 「和食と日本の酒の魅力体験フェア」の開催

農林水産省では、「和食の日」である11月24日に国税庁、一般社団法人和食文化国民会議、日本酒造組合中央会と共に、「和食と日本の酒の魅力体験フェア」を開催。

会場（日本橋室町エリア・江戸桜通り地下歩道）では、かつお節削りや石臼体験、箸置きづくりなどの体験ブース、日本の酒の利き比べや酒樽を使ったフォトスポット、全国の郷土料理のミニチュア作品展示など、五感を通じて楽しめるコンテンツ体験を実施。



## 「和食絵本の読み聞かせイベント」の開催

農林水産省、同志社女子大学、ならびに「絵本でSDGs推進協会」は、11月21日に同志社女子大学の有志学生を対象に、絵本専門士による「絵本の選び方」や「読み聞かせの技法」に関する講義を実施。

翌22日には、同志社女子大学の学園祭期間中に、講義を受けた学生が来場者（主に親子）に向けて、和食や食育をテーマとした絵本の読み聞かせを実施し、子どもはもとより、学生や保護者にとっても、和食の魅力をあらためて理解する機会となった。



## 2 – (9) 和食文化の情報発信

- 和食料理人とコラボし、農林水産省公式YouTubeチャンネル（BUZZ MAFF）で、和食についての動画を公開。
- 「和食；日本人の伝統的な食文化」の特徴を広く周知するためのポスターを作成。

### ■ 和食料理人とコラボした和食の動画の作成・発信

【絶品】和食の匠、野崎洋光さん「直伝」簡単レシピ



### ■ 「和食；日本人の伝統的な食文化」のポスターを作成し、和食の特徴を周知

ユネスコ無形文化遺産

# 和食

日本人の伝統的な食文化

農林水産省 一般社団法人和食文化国民会議

#### 「和食」の特徴

##### 多 多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土、各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。



##### 健 健康的な食生活を支える栄養バランス

一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だしの「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。



##### 美 自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあつた調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。



##### 行 正月などの年中行事との密接な関わり

日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まっています。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



農林水産省 一般社団法人和食文化国民会議



## 2 – (10) 大阪・関西万博における食・農林水産業分野の展示の概要

- 大阪・関西万博の「食と暮らしの未来ウィーク」期間中（6月7日～15日）に、農林水産省は国税庁、文化庁と協力し、日本の食・農林水産業の魅力を発信するためのイベント「RELAY THE FOOD～未来につなぐ食と風土～」を開催。
- この間、展示ブースには約9万4千人が、屋外ステージが約1万2千人が来場。来場者からは、「食文化への関心が高まった」、「食を大切にしたい」、「展示内容を家族や友人にも紹介したい」といった好意的な声が多く寄せられた。



主催者代表挨拶



テープカット



プロローグ映像



「伝統をつなぐ」エリア



「多様性をつなぐ」エリア



「未来へつなぐ」エリア

### 3. 地域の食や食文化による 海外需要の取り込み

### 3 – (1) 訪日外国人旅行者の「食」への関心

- 平成25（2013）年の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を契機として、海外において「和食」に対する関心が高まっている。
- 訪日外国人観光客は、**地方の郷土料理を食べることを楽しみにしている**とともに、**好きな外国料理でも「日本料理」が1位**に挙げられている。

#### 日本食ブーム

訪日外国人観光客が「訪日前に期待していたこと」  
(全国籍・地域、複数回答)

**1位「日本食を食べること」(83.2%)**

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2023年年次報告

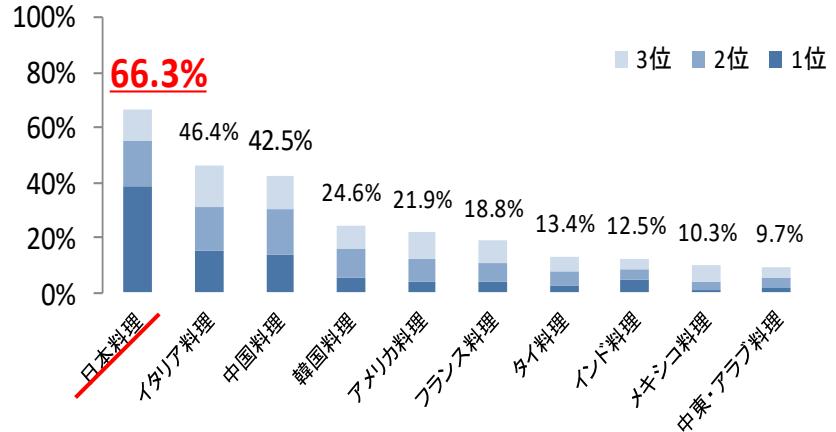
#### 地方の多様な食への期待

訪日外国人が日本の地方旅行でしたいことは、  
**「温泉・自然観光地訪問」(52%)**に次いで、  
**「郷土料理を食べる」(51%)**

出典：株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社  
アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2022年度版）

#### 好きな外国料理の1位は「日本料理」

##### 好きな外国料理（6都市全体結果）



出典：ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」(2014年3月)を基に作成

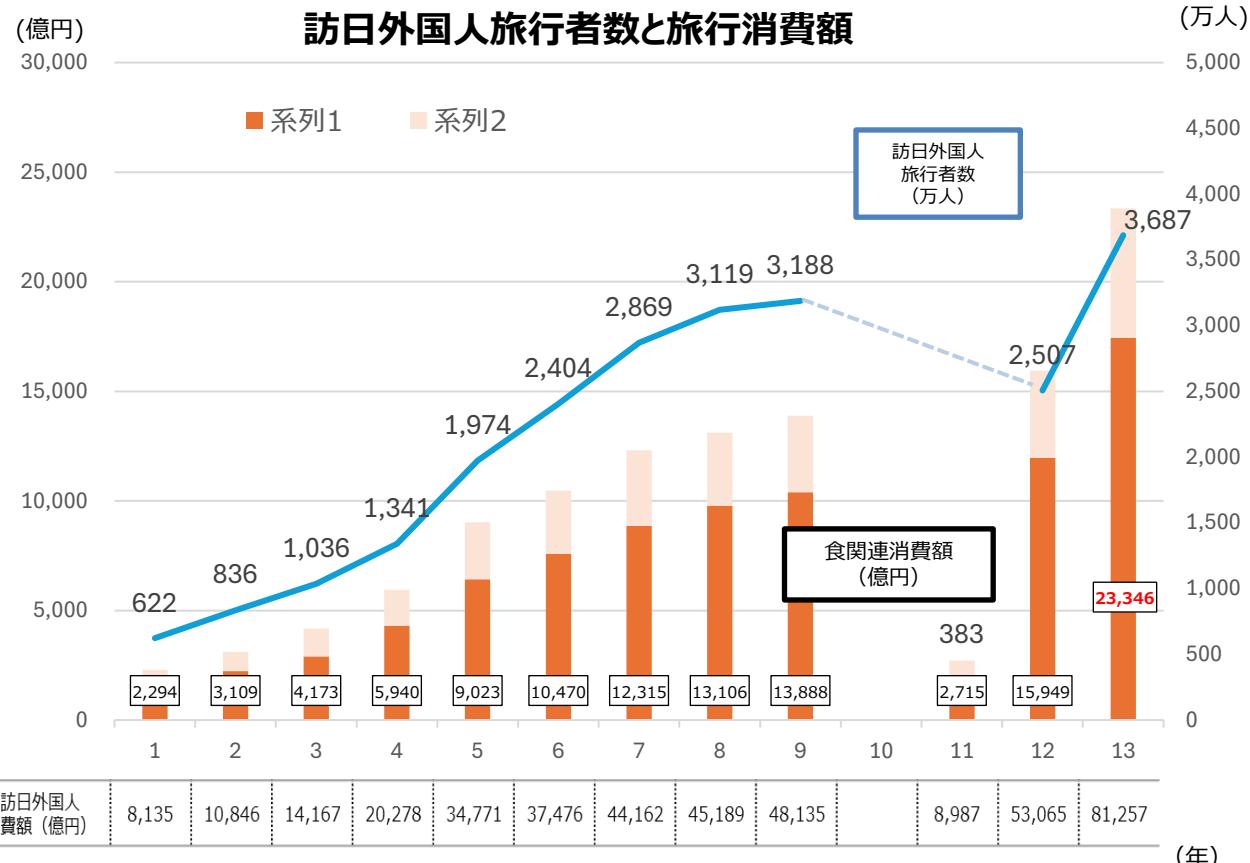
出典：日本貿易振興機構調査（2014年3月）

※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合。  
(自国の料理は選択肢から除外)

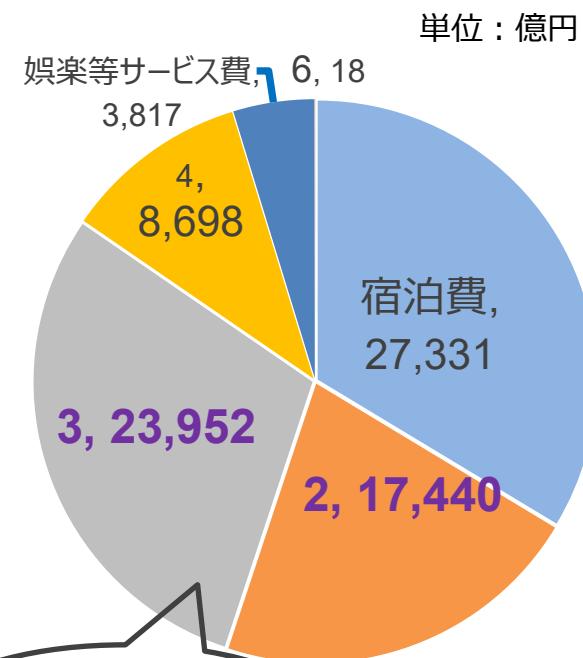


## 3 – (2) 訪日外国人旅行者数と旅行消費額の推移

- 令和6（2024）年度の訪日外国人旅行者数（推計）と消費額は、コロナ禍を経て、インバウンド需要が回復し、それぞれ3,687万人、8兆1,257億円となっている。  
※令和12（2030）年目標：訪日外国人旅行者数6,000万人、消費額15兆円。
- 令和6（2024）年旅行消費額のうち**買い物代金が全体の29.5%を占めており、そのうち約25%が「食」関連消費**とされるため（5,906億円）、訪日外国人旅行者の食関連消費は、飲食費17,440億円と合わせて約2.3兆円の消費と推測される。



### 旅行消費額の内訳（2024年）



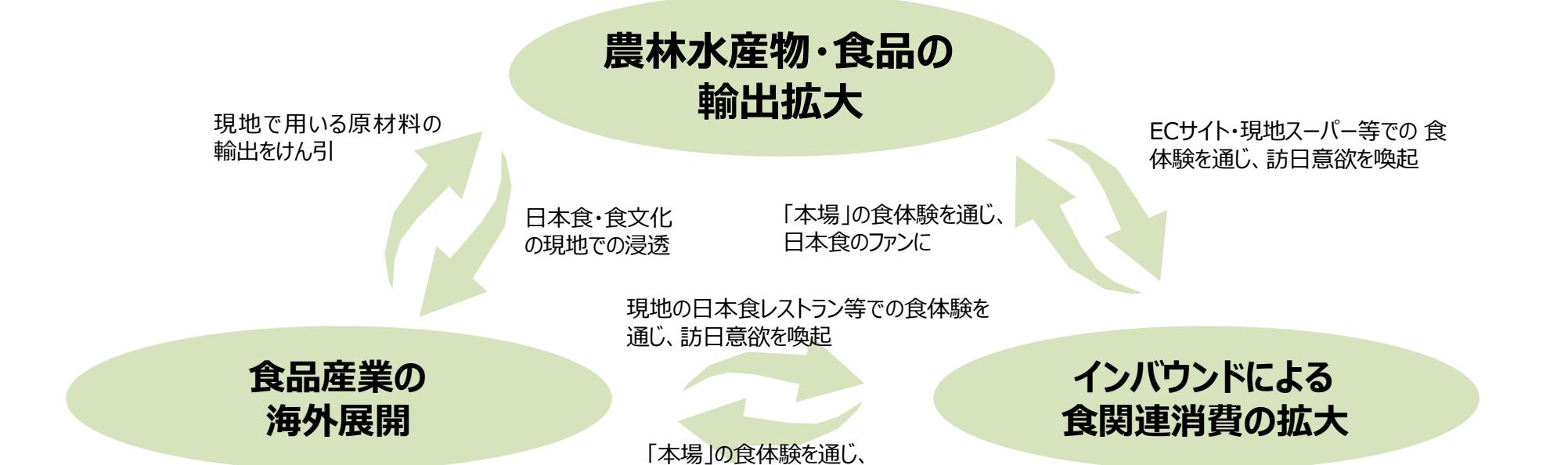
このうち**約25%が  
食関連と推測**

### 3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂① (全体像)

輸出関係閣僚会議  
(5/30) 資料より抜粋

- 新たな食料・農業・農村基本計画では、輸出拡大を加速するとともに、食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大の連携による相乗効果を通じた「海外から稼ぐ力」の強化に向けた目標を設定
- これらの目標の達成に向けて施策の具体化を図るべく、**輸出拡大実行戦略を改訂**

農林水産物・食品の輸出額  
【現状】1.5兆円（2024年）→【目標】5兆円（2030年）



食品産業の海外展開による収益額

【現状】1.6兆円（2022年）→【目標】3兆円（2030年）

#### ＜施策の展開方向＞

- 海外市場の特徴や事業ステージに応じた国内外での伴走支援体制を構築
- 輸出支援プラットフォーム等の役割拡大による海外現地専門家の配置や日系食品企業のネットワーク化を推進
- 海外現地のコールドチェーンの構築を推進

新設

インバウンドによる食関連消費額

【現状】2.3兆円（2024年）→【目標】4.5兆円（2030年）

#### ＜施策の展開方向＞

- 地域の魅力ある食材や歴史・文化をひとつのストーリーとして、インバウンドに訴求する地域づくりを推進
- 訪日外国人の旅マエ・旅ナカ・旅アトに効果的にアプローチし、日本食・日本食材のファンづくりを推進

新設

## 9 インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた施策の方向①

- 地域の魅力ある食材や歴史・文化を **ひとつのストーリーとしてインバウンドに訴求する地域づくり**を推進しつつ、海外への日本食プロモーション、バイヤー招へい等の輸出施策を連動
- 農水省、観光庁、国税庁、内閣官房（地方創生）等の相互連携の下、訪日外国人の **旅マエ・旅ナカ・旅アトに効果的にアプローチ**し、輸出拡大とインバウンド消費の好循環を形成

### 食文化・景観などのユニークで楽しい地域づくりとインバウンドの誘客（本場の日本の食を味わう）

農山漁村振興や地方創生の交付金なども活用しつつ、

- 食材や歴史・文化を踏まえた地域のストーリーづくり
- 地域間や輸出産地との連携による取組の広域化
- 地域ならではの体験や食事、土産品等の磨き上げ

各省が個別に支援してきた地域における取組を  
パッケージ化し、  
**高付加価値化、滞在時間の長期化**  
による食関連消費を拡大

### 旅ナカ



宿泊・食・体験を楽しむ農泊  
(農水省)



ガストロノミーツーリズム（観光庁）



酒蔵ツーリズム（国税庁）

国際空港でGFP会員が製造する食品の販売、試食だけでなく、海外現地での販売先や工場見学に関する情報なども発信することで、旅アト消費を拡大し、かつ次回の訪日時に地方へ訪問する動機も形成

### 現地での日本食材活用増

### 旅アト

越境ECサイトの活用や、海外の小売店・レストラン・OTAサイト等と連携し、JFOODOの有する産地映像コンテンツの活用等により訪日リピーターの創出と地方への誘客を促進

日本食・日本食材のファンになってもらい、GFP等により輸出拡大や訪日リピートにつなげる

農林水産物・食品の輸出拡大（現地で日本の食を知り、味わう機会の創出）

### 旅マエ

ジェトロ・JFOODOとJNTO等が連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの情報を一連的に発信（SAVOR JAPAN）し、訪日意欲を喚起



海外消費者向け日本食ポータルサイト  
「Taste of Japan」での魅力発信  
(JFOODO)



外国人向けに訪日意欲を喚起する動画等のコンテンツ制作・発信  
(JNTO)



### 3 – (3) SAVOR JAPAN : 地域の食や食文化による地方へのインバウンド誘致

- 「SAVOR JAPAN」は、地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を認定する制度（平成28年度の創設以降、令和7年12月時点で46地域が認定）。  
※ SAVORとは、「味わう、楽しむ」という意味の英単語。
- 地域の実行組織を核に、関係者（地方自治体、観光協会（DMO）、宿泊施設、レストラン、農家、加工施設等）が連携して、地域の食文化の歴史やストーリーにも触れることができる旅先として誘客。

#### ○ SAVOR JAPANの取組イメージ

##### 知ってもらう、来てもらう

- ① 「SAVOR JAPAN」ブランドとして  
地域の魅力を一括的に発信



- ④ 訪日外国人の更なる増加と  
輸出等の新たな需要創出  
(好循環の更なる拡大)

##### 食べてもらう、泊まってもらう

- ② 日本食・食文化の「本場」である  
農山漁村での受入体制を強化



#### ○ 認定ロゴマーク



日本の農山漁村の豊かな自然をテーマに、それぞれの土地に生まれた食文化や、美しい日本の神髄を体感していただきたいという願いをこめている。モチーフは「山」「海」「田」「畑」「川」「箸」。



# (参考)「SAVOR JAPAN」認定地域

①北海道 網走市 (鮭料理)	⑯山梨県 笛吹市 (フルーツ料理)	⑰岐阜県 下呂市馬瀬地域 (鮎)
②北海道 十勝地域 (チーズ)	⑯山梨県 みのぶ農泊地域 (あけぼの大豆)	⑰静岡県 富士山麓・伊豆半島 地域 (わさび)
③青森県 十和田市 (バラ焼き)	⑯長野県 白馬村 (そば料理)	⑰静岡県 大井川地域 (日本茶)
④岩手県 一関市・平泉町 (もち料理)	⑯長野県 山ノ内町 (りんご, そば)	⑰静岡県 浜松・浜名湖地域 (うなぎ)
⑤宮城県 石巻地域 (ほや雑煮)	⑯長野県 小諸市 (おにかけそば)	⑰愛知県 田原市 (あさり料理)
⑥秋田県 大館地域 (きりたんぽ)	⑯長野県 佐久地域 (鯉料理)	⑰愛知県 南知多町 (鯛料理)
⑦山形県 鶴岡市 (精進料理)	⑯長野県 伊那市 (そば、昆虫食)	
⑧福島県 会津若松市 (こづゆ)	⑯長野県 松川町 (五平餅)	
⑨栃木県 大田原市 (しもつかれ)		
⑩埼玉県 秩父地域 (すりあげうどん)		
⑪新潟県 十日町市 (へぎそば)		
⑫石川県 小松市 (報恩講料理)		
⑬福井県 小浜市 (へしこ)		



令和7年12月現在で46地域

→令和7年度新規認定地域

⑯岡山県 津市 (牛肉料理)	⑰広島県 尾道市 (法樂焼き)
⑰広島県 呉市音戸地域 (牡蠣料理)	⑰三重県 大紀町 (松坂牛のすき焼き)
⑰三重県 大紀町 (松坂牛のすき焼き)	⑰徳島県 にし阿波地域 (そば米雑炊)
⑰京都府 京都府北部地域 (丹後ばら寿司)	⑰香川県 さぬき地域 (さぬきうどん)
⑰京都府 森の京都地域 (かしわのすき焼き)	⑰愛媛県 八幡浜市 (柑橘とさつま汁)
⑰京都府 京都山城地域 (宇治茶)	⑰福岡県 八女市 (八女茶)
⑰兵庫県 宝塚市 (ぼたん鍋)	⑰長崎県 島原半島地域 (手延べそうめん)
⑰奈良県 明日香村 (飛鳥鍋)	⑰熊本県 阿蘇市 (あか牛・高菜漬け)
⑰和歌山県 紀の川市 (フルーツ料理)	⑰大分県 国東半島地域 (だんご汁)
⑰島根県 益田市 (中世の饗應料理)	⑰宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域 (神楽料理)

### 3 – (4) SAVOR JAPAN地域に対する支援

- オールジャパンによるブランド化（SAVOR JAPAN）と一元的な情報発信により海外及び訪日外国人に対する訴求力を高めます。
- 専門家の派遣により、食体験の掘り起こしや地域資源の観光商品化に向けた磨き上げを支援します。
- 「SAVOR JAPAN」ブランドでの一体的な商品販売、海外旅行会社向けツアーの販売を支援します。
- 研修会等の開催により、知識の習得、地域間のネットワーク化等を支援します。

#### 一元的な情報発信

関係省庁と連携し政府系のHPで情報発信



農林水産省



Sweetfish in a Spellbinding Setting

Escape to crystal-clear mountain scenery and the finest river fish in Japan  
📍 Maze, Gero City, Gifu

政府観光局（JNTO）



内閣府政府広報室海外広報  
(Highlighting Japan 2022年6月号)

SAVOR JAPAN推進協議会による情報発信



各認定地域の紹介



SNSによる情報発信 (FBフォロワー18万人)



Instagramによる情報発信



広報資材の作成 (ポスター、パンフレット)

#### 旅行商品等販売支援

OTA (Online Travel Agent) における掲載支援や海外旅行関係事業者との商談会におけるSAVOR JAPANブースの出展

Savor Japan  
APOLLO TRAVEL TRAVELERS  
Travel Resources, Travel Centers



OTAへの掲載



商談会への出展  
(VISIT JAPAN Travel & Mice Mart 2019)

#### 研修会等の開催

新認定地域向け勉強会・意見交換会、基礎知識・技術習得のための講座・研修会、情報交換会等の開催



新認定地域向け勉強会（オンライン）



認定地域間の情報交換

## インバウンド地方誘客・食関連消費拡大促進事業

令和8年度予算概算要求額 20百万円（前年度19百万円）

## &lt;対策のポイント&gt;

インバウンドの地方誘客と食関連消費を拡大し、地域の食文化の継承等を図るため、関係省庁との連携の下、ガストロノミーツーリズムや酒蔵ツーリズム等に取り組む地域や、農泊・海業推進地域、SAVOR JAPAN認定地域間の連携をコーディネートすることにより、海外の富裕層をターゲットに地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要を取り込み、ひいては輸出拡大、訪日リピートにつなげるモデル実証等を行います。

## &lt;事業目標&gt;

- インバウンド需要の増大（訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円 [令和12年まで]）
- インバウンドによる食関連消費額の拡大（4.5兆円 [令和12年まで]）

## &lt;事業の内容&gt;

## 1. 特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実

- ・ ガストロノミーツーリズムや酒蔵ツーリズム等に取り組む地域や、農泊・海業推進地域、SAVOR JAPAN認定地域間の連携をコーディネートすることにより、海外の富裕層をターゲットに地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要を取り込み、ひいては輸出拡大、訪日リピーター誘客拡大につなげるモデル実証の取組を実施します。
- ・ 広域型ガストロノミーツーリズムの創出を図るため、認定地域間の連携を促進し、特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実を図ります。

## 2. 「地方創生2.0」の取組を支える食文化の担い手の計画的な育成

- ・ 認定地域において、「地方創生2.0」の取組を支える食文化の担い手を計画的に育成するため、若手や女性を含め、優良事例を活用した研修会等を行います。
- ・ 認定地域のブランディング、プロモーションのため、JNTO等と連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの一体的な情報発信等を支援します。

## &lt;事業の流れ&gt;

委託

国

民間団体等

## &lt;事業イメージ&gt;

## 特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実

## モデル実証

- ① 地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要の取り込みを目指す地域間連携の枠組みを構築
- ② 事業実施主体による地域間連携のコーディネートの下、海外の富裕層をターゲットとした、高付加価値化、滞在長期化につながる消費促進効果の高いツアーを造成
- ③ モデル実証の取組を実施・評価し、得られた知見を情報発信

## ガストロノミーツーリズム



## 農泊



## 酒蔵ツーリズム



## SAVOR JAPAN



## 海業

地域間の連携を  
コーディネート

インバウンドの地方誘客、食関連消費の拡大

## 4. 新たな動きと今後の展開

## 4 – (1) 食文化産業の振興政策検討プロジェクトの概要

- 食文化産業の新興政策検討プロジェクトは、食にまつわる文化的な価値を土台に据えて、「食文化産業」という新しい枠組みについて考え、実際に産業としての成長につなげていくことを目的。
- 令和7年9月に、農林水産省【チーム2050】の一環として、「食文化産業振興政策チーム」を立ち上げ、①「食文化産業」の概念整理と課題の把握、②日本の食文化が有する強みの分析、③振興方策の検討と国際展開の可能性について調査を開始。

### 「食文化産業」のイメージ

食文化産業の対象は、以下のような産業分野を含む。

- 食品産業（発酵食品、地域固有の製法をもつ保存食など）
- 飲食業（地域食材を使ったオーベルジュ、日本で独自の発展を遂げた西洋料理など）
- 食器・調理器具製造業（陶磁器、漆器、箸、包丁など）
- 食文化関連コンテンツ産業（料理書、映像コンテンツ、デジタルアーカイブなど）
- 食文化体験型観光業（料理教室、食の博物館、食と農のツーリズムなど）

### チーム2050「食文化産業振興政策チーム」ミーティングの様子

